

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data pendapatan listrik untuk pelanggan rumah tangga golongan R-1, R-2, dan R-3, terlihat bahwa pada tahun 2020 dan 2021, pendapatan dari pelanggan pascabayar masih mendominasi dibandingkan dengan pelanggan prabayar. Namun, terdapat pergeseran tren yang cukup signifikan dalam pola konsumsi dan pembayaran listrik oleh pelanggan.

Pada tahun 2020, total pendapatan dari pelanggan pascabayar mencapai Rp 957.138.766.868, jauh lebih tinggi dibandingkan total pendapatan dari pelanggan prabayar yang sebesar Rp 732.741.758.955. Selisih antara keduanya sebesar Rp 224.397.007.913 menandakan bahwa sistem pascabayar masih menjadi pilihan utama sebagian besar pelanggan rumah tangga pada tahun tersebut.

Namun, pada tahun 2021, total pendapatan prabayar meningkat secara signifikan menjadi Rp 824.231.447.427, mengalami kenaikan sekitar Rp 91,5 miliar atau 12,5% dibandingkan tahun sebelumnya. Di sisi lain, total pendapatan pascabayar justru mengalami sedikit penurunan menjadi Rp 940.256.259.233, berkurang sekitar Rp 16,8 miliar atau 1,8% dibandingkan tahun 2020. Akibatnya, selisih pendapatan antara prabayar dan pascabayar menyempit menjadi hanya Rp 116.024.811.806.

Pergeseran ini menunjukkan bahwa semakin banyak pelanggan rumah tangga mulai beralih ke sistem pembayaran prabayar. Hal ini kemungkinan besar disebabkan oleh beberapa faktor, seperti kemudahan dalam mengontrol pemakaian listrik, fleksibilitas

dalam melakukan pengisian token sesuai kemampuan finansial, serta transparansi penggunaan yang lebih baik dibandingkan sistem pascabayar.

Dalam kedua sistem pembayaran, golongan R-1 atau rumah tangga kecil masih merupakan kontributor utama terhadap total pendapatan. Golongan ini secara konsisten menyumbang lebih dari 90% dari total pendapatan baik dalam sistem prabayar maupun pascabayar. Sementara itu, kontribusi dari golongan R-2 dan R-3 relatif kecil, namun tetap penting sebagai bagian dari segmen rumah tangga menengah ke atas.

Secara strategis, PLN perlu memperhatikan perubahan tren ini dengan meningkatkan layanan dan infrastruktur pendukung untuk sistem prabayar, termasuk ketersediaan token, kemudahan akses pembelian, serta edukasi kepada pelanggan terkait manfaat dan pengelolaan konsumsi energi. Di sisi lain, untuk mempertahankan pendapatan dari sistem pascabayar, PLN juga perlu melakukan evaluasi terhadap layanan, sistem tagihan, dan program loyalitas untuk mendorong kenyamanan serta kepercayaan pelanggan yang masih menggunakan sistem tersebut.

Dengan tren perubahan preferensi pelanggan ini, PLN memiliki peluang untuk menyesuaikan strategi bisnisnya agar dapat mengoptimalkan pendapatan sekaligus meningkatkan kepuasan pelanggan di masa yang akan datang.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis data pendapatan listrik pelanggan rumah tangga golongan R-1, R-2, dan R-3 pada tahun 2020 dan 2021 di wilayah PT. PLN (Persero) UID Sumatera Barat, terdapat beberapa saran strategis yang dapat dipertimbangkan oleh PLN untuk

meningkatkan kinerja pendapatan sekaligus menyesuaikan diri dengan perubahan perilaku konsumen.

melihat adanya tren peningkatan pendapatan dari pelanggan prabayar dan penurunan pendapatan dari pelanggan pascabayar, PLN disarankan untuk lebih serius mengembangkan dan memperkuat sistem layanan prabayar. Hal ini bisa dilakukan dengan meningkatkan kemudahan akses pembelian token listrik melalui berbagai platform digital, memperluas kerjasama dengan mitra pembayaran, serta memperbanyak titik layanan pelanggan untuk membantu mereka yang masih kesulitan beradaptasi dengan sistem prabayar. Edukasi yang menyeluruh juga perlu diberikan kepada masyarakat mengenai keuntungan penggunaan sistem prabayar, seperti transparansi konsumsi, kendali atas pengeluaran listrik, dan fleksibilitas dalam pengisian daya.

meskipun prabayar menunjukkan pertumbuhan positif, PLN tidak boleh mengabaikan segmen pascabayar yang masih memberikan kontribusi besar terhadap total pendapatan. Perlu dilakukan inovasi dan evaluasi menyeluruh terhadap sistem pascabayar agar tetap relevan dan menarik bagi pelanggan. Misalnya, PLN dapat meningkatkan kualitas layanan pelanggan, mempercepat proses penanganan keluhan, memberikan notifikasi tagihan dan pemakaian secara real-time melalui aplikasi digital, serta merancang skema pembayaran yang lebih fleksibel bagi pelanggan pascabayar. Selain itu, insentif atau program loyalitas seperti diskon untuk pelanggan tepat waktu dalam membayar tagihan atau program edukasi hemat energi juga dapat menjadi strategi mempertahankan pelanggan lama sekaligus menarik pelanggan baru.

PLN dapat memanfaatkan data konsumsi pelanggan sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis yang lebih tepat sasaran. Dengan melakukan analisis pola pemakaian dari golongan R-1, R-2, dan R-3, PLN bisa merancang program tarif yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan daya beli masing-masing segmen. Di samping itu, pendekatan personalisasi dalam layanan, seperti rekomendasi paket daya atau saran penghematan berdasarkan riwayat konsumsi pelanggan, akan membantu meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat hubungan jangka panjang.

Terakhir, untuk memastikan keberlanjutan peningkatan pendapatan, PLN perlu mengadopsi pendekatan digitalisasi dan inovasi teknologi dalam manajemen sistem kelistrikan. Transformasi digital seperti pemanfaatan smart meter, integrasi sistem informasi pelanggan, serta pengembangan platform layanan mandiri dapat menjadi solusi jangka panjang dalam menghadapi tantangan dan dinamika perubahan preferensi pelanggan. Dengan demikian, PLN dapat terus menjadi penyedia layanan energi yang andal, adaptif, dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan masa kini dan masa depan.

Dengan mempertimbangkan saran-saran tersebut, diharapkan PLN tidak hanya mampu menjaga stabilitas pendapatan, tetapi juga meningkatkan efisiensi operasional, memperkuat posisi bisnisnya di sektor kelistrikan, serta berkontribusi lebih besar terhadap pembangunan berkelanjutan di wilayah Sumatera Barat dan secara nasional.